

Comunicar

Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, 36, XVIII
Scientific Journal of Media Education



La televisión y sus nuevas expresiones

Television and its New Expressions

www.revistacomunicar.com
Free Full English version on-line



© COMUNICAR, 36, XVIII

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
LATIN AMERICAN SCIENTIFIC JOURNAL OF MEDIA EDUCATION

ISSN: 1134-3478 / DL: H-189-93 / e-ISSN: 1988-3293
Andalucía (Spain), n° 36; vol. XVIII; época II
1º semestre, marzo de 2011

REVISTA CIENTÍFICA INTERNACIONAL INDEXADA (INDEXED INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL)

BASES DE DATOS INTERNACIONALES SELECTIVAS

- JOURNAL CITATION REPORTS (JCR) (Thomson Reuters)®
- SOCIAL SCIENCES CITATION INDEX / SOCIAL SCISEARCH (Thomson Reuters)
- SCOPUS®
- FRANCIS (Centre National de la Recherche Scientifique de Francia)
- SOCIOLOGICAL ABSTRACTS (ProQuest-CSA)
- COMMUNICATION & MASS MEDIA COMPLETE
- ERA (Educational Research Abstract)
- IBZ (Internat. Bibliography of Periodical Literature in the Social Sciences)
- IBR (International Bibliography of Book Reviews in the Social Sciences)
- SOCIAL SERVICES ABSTRACTS
- ACADEMIC SEARCH COMPLETE (EBSCO)
- MLA (Modern International Bibliography)
- COMMUNICATION ABSTRACTS (EBSCO)
- EDUCATION INDEX/Abstracts, OmniFile Full Text Mega/Select (Wilson)
- FUENTE ACADÉMICA PREMIER (EBSCO)
- IRESIE (Índice Revistas de Educación Superior e Investigación de México)
- ISOC (CINDOC del Consejo Superior de Investigaciones Científicas)
- ACADEMIC ONEFILE / INFORME ACADÉMICO (Cengage Gale)
- EDUCATOR'S REFERENCE COMPLETE / EXPANDED ACADEMIC ASAP

PLATAFORMAS DE EVALUACIÓN DE REVISTAS

- RECYT (Fundación Española de Ciencia y Tecnología)
- DICE (Difusión y Calidad Editorial de Revistas)
- MIAR (Matriz para Evaluación de Revistas)
- IN-RECS (Índice Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales)
- RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales del CINDOC/CSIC)
- ERCE (Evaluación Revistas Científicas Españolas de Ciencias Sociales)
- ANPED (Associação de Pesquisa em Educação de Brasil)
- CARHUS PLUS+ (AGAUR, Generalitat de Catalunya)
- SCIMAGO Journal & Country Rank (Scopus)

DIRECTORIOS SELECTIVOS

- ULRICH'S PERIODICALS (CSA)
- LATINDEX. Catálogo Selectivo

CATÁLOGOS DE BIBLIOTECAS

- WORLDCAT
- REBIUN/CRUE
- SUMARIS (CBUC)
- NEW-JOUR
- ELEKTRONISCHE ZEITSCHRIFTENBIBLIOTHEK (Electronic Journals Library)
- THE COLORADO ALLIANCE OF RESEARCH LIBRARIES
- INTUTE (University of Manchester)
- ELECTRONICS RESOURCES HKU LIBRARIES (Hong Kong University, HKU)
- BIBLIOTECA DIGITAL (Universidad de Belgrano)

OTRAS BASES DE DATOS BIBLIOGRÁFICAS

- DIALNET (Alertas de Literatura Científica Hispana)
- REDINED (Ministerio de Educación de España)
- CEDAL (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa: ILCE)
- OEI (Centro de Recursos de la Organización de Estados Iberoamericanos)
- DOCE (Documentos en Educación)

HEMEROTECAS SELECTIVAS

- REDALYC (Red de Revistas Científicas de América Latina de Ciencias Sociales)
- RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS COMUNICACIÓN Y CULTURA
- RERCE (Red de Revistas Científicas de Educación JCR/RECYT)
- REC (Red de Revistas Científicas Españolas de Comunicación)

PORTALES ESPECIALIZADOS

- SCREENSITE
- PORTAL IBEROAMERICANO DE COMUNICACIÓN
- PORTAL DE LA COMUNICACIÓN DE UAB
- UNIVERSIA, QUADERNS DIGITALS
- POWER SEARCH PLUS (Cengage Gale)

BUSCADORES LITERATURA CIENTÍFICA OPEN ACCESS

- DOAJ, SCIENTIFIC COMMONS
- GOOGLE ACADÉMICO, GOOGLE BOOKS
- OAISTER, THE LIBRARY OF CONGRESS
- SCIRUS

EDITA (Published by): GRUPO COMUNICAR

- www.revistacomunicar.com
- www.grupocomunicar.com
- Administración: info@grupocomunicar.com
- Redacción: director@grupocomunicar.com
- Apdo Correos 527. 21080 Huelva (España-Spain)

• COMUNICAR es miembro de: Asoc. de Editores de Andalucía (AEA), Asoc. de Revistas Culturales de España (ARCE) y socio de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos).

• COMUNICAR es una publicación cultural plural, que se edita semestralmente los meses de marzo y octubre.

• La revista COMUNICAR acepta y promueve intercambios institucionales con otras revistas de carácter científico.

© COMUNICAR es una marca patentada en la Oficina Española de Patentes y Marcas con título de concesión 1806709.

© La reproducción requiere la autorización de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) o de la editorial.



Asociación de Editores
de Andalucía



Centro Español de
Derechos Reprográficos



Asociación de Revistas
Culturales de España

DISTRIBUYEN (Distributed by):

ESPAÑA (SPAIN):

- Centro Andaluz del Libro (Andalucía)
- Almaro de Libros (Madrid y centro)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia)
- Asturlibros Distribuciones (Asturias)
- Arce: www.revistas culturales.com (Internet)

EUROPA Y AMÉRICA (EUROPE & AMERICA):

- ILCE (México DF-México y América Central)
- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros Distribuciones (Montevideo-Uruguay)
- Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela)
- Publicencias Distribuciones (Pasto-Colombia)
- E-papers Editora (Brasil)
- Minerva Distribuciones (Coimbra-Portugal)

IMPRIME (Printed by):

Gam Artes Gráficas (Huelva)

Comunicar[©]

REVISTA CIENTÍFICA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
SCIENTIFIC JOURNAL OF MEDIA EDUCATION

EDITOR (Editor)

Dr. J. Ignacio Aguaded-Gómez
Universidad de Huelva (Spain)

EDITOR TEMÁTICO (Guest-Edited Special Issue)

• D. Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales (Chile)

EDITORES ADJUNTOS (Assistant Editors)

- D. Enrique Martínez-Salanova, Grupo Comunicar, Almería
- Dra. M^a Amor Pérez-Rodríguez, Universidad de Huelva
- Dr. Ángel Hernando-Gómez, Universidad de Huelva
- Dra. M^a Carmen Fonseca, Universidad de Huelva (Consultant)

COMITÉ CIENTÍFICO (Advisory Board)

- Dr. Ismar de Oliveira, Universidade de São Paulo, Brasil
- Dr. Guillermo Orozco, Universidad de Guadalajara, México
- Dra. Cecilia Von Feilitzen, Nordicom, Suecia
- Dra. Geniève Jacquinet, Université Paris VIII, París, Francia
- Dr. Pier Cesare Rivoltella, Università Cattolica de Milán, Italia
- Dra. Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Perú
- Dra. Mar Fontcuberta, Pontificia Universidad Católica, Chile
- Dr. Jacques Piette, Université de Sherbrooke, Québec, Canadá
- Dr. Samy Tayie, University of Cairo, Mentor Association, Egipto
- D^a Kathleen Tyner, University of Texas, Austin, USA
- D^a Marieli Rowe, National Telemedia Council, USA
- D. Jordi Torrent, ONU, Alianza de Civilizaciones, USA
- Dr. Vítor Reia, Universidade do Algarve, Faro, Portugal
- Dra. Sara Pereira, Universidade do Minho, Braga, Portugal
- Dra. Armanda Pinto, Universidade de Coimbra, Portugal
- Dra. Divina Frau-Meigs, Université Sorbonne, París, Francia
- Dra. Evelynne Bévort, CLEMI, París, Francia
- Dr. Patrick Verniers, Consejo Sup. Educación en Medios, Bélgica
- Dra. Tania Esperon, Universidade Federal de Pelotas, Brasil
- Dra. Vania Quintão, Universidade de Brasília, Brasil
- Dr. Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central, Venezuela
- Dr. Gerardo Borroto, CUJAE, La Habana, Cuba
- Dr. Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- Dra. Tatiana Merlo, Universidad Cat. Buenos Aires, Argentina
- Dra. Silvia Contín, Universidad Nacional de Patagonia, Argentina
- D. Karina P. Valarezo, Universidad Téc. Part. de Loja, Ecuador
- Mg. Yamile Sandoval, Universidad Santiago de Cali, Colombia
- D. Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales, Chile
- D. Michel Clarembeaux, Centre Audiovisuel de Liège, Bélgica
- D. Javier Arévalo, Centro de MAV del Gobierno de México

CONSEJO DE REDACCIÓN (Editorial Board)

- Dr. J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla
- Dr. Javier Tejedor Tejedor, Universidad de Salamanca
- Dr. Pablo del Río, Universidad Carlos III, Madrid
- Dr. Joan Ferrés i Prats, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
- Dr. Agustín García Matilla, Universidad de Valladolid
- Dra. M^a Luisa Sevillano García, UNED, Madrid

36, XVIII

- Dr. Miguel de Aguilera, Universidad de Málaga
- Dr. Mariano Cebrián Herreros, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Manuel Ángel Vázquez Medel, Universidad de Sevilla
- Dr. Francisco García García, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Javier Marzal, Universitat Jaume I, Castellón
- Dr. Manuel Lorenzo, Universidad de Granada
- Dr. Manuel Area, Universidad La Laguna, Tenerife
- Dra. Concepción Medrano, Universidad del País Vasco
- Dr. Juan de Pablos Pons, Universidad de Sevilla
- Dr. Félix Angulo Rasco, Universidad de Cádiz
- Dr. Jesús Salinas, Universidad Islas Baleares, Mallorca
- Dr. Juan Antonio García Galindo, Universidad de Málaga
- Dra. Elea Giménez Toledo, CSIC, Madrid
- Dr. Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Ramón Reig, Universidad de Sevilla
- Dr. Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo
- Dra. Ana García-Valcárcel, Universidad de Salamanca
- Dr. Domingo Gallego, Universidad Nacional de Distancia, Madrid
- Dr. Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de Málaga
- Dr. Felicitísimo Valbuena, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Manuel Fandos Igado, MasterD, Zaragoza
- Dr. Pere Marquès, Universidad Autónoma de Barcelona
- Dr. Roberto Aparici, Universidad Nacional de Distancia, Madrid
- Dra. Concepción Mateos, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid
- Dr. Lluís Pastor, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona
- Dr. Jesús Valverde, Universidad de Extremadura
- Dr. José Antonio Gabelas, El Periódico del Estudiante, Zaragoza
- D. José Domingo Aliaga, Primeras Noticias, Barcelona

CONSEJO TÉCNICO (The Board of Management)

- Dra. Ana Sedeño Valdellós, Universidad de Málaga
- Dr. Isidro Marín Gutiérrez, Universidad de Huelva
- Dra. Estrella Martínez Rodrigo, Universidad de Granada
- Dr. Julio Tello Díaz, Universidad de Huelva
- Dra. Jacqueline Sánchez Carrero, Universidad de Huelva
- Dr. Tomás Pedrosa Herrera, IES Pablo Neruda, Huelva
- Dr. Juan Bautista Romero, Universidad de Huelva
- Dr. Walter Gadea, Universidad de Huelva
- D. Francisco Casado, IES Huelva
- D. Rafael Repiso, Universidad de Granada

GESTIÓN COMERCIAL (Commercial Manager)

- D. Alejandro Ruiz Trujillo, Comunicar Ediciones

DISEÑO (Designed by):

- Portada: Elena Pedrosa Puertas y Enrique Martínez-Salanova

S U M A R I O • C O N T E N T S

Comunicar, 36, XVIII, 2011

La televisión y sus nuevas expresiones

Television and its New Expressions

PRELIMINARES (FOREWORD)

Sumario (Contents)	5/6
Editorial	7/8
<i>J. Ignacio Aguaded-Gómez</i>	

DOSSIER (DOSSIER) / Investigaciones (Research)

• Presentación: La televisión y sus nuevas expresiones	10/14
Television and its New Expressions	
• Resignificar la educación televisiva: desde la escuela a la vida cotidiana	15/24
A New Meaning of Educational Television: from School to Audience's Everyday Life	
<i>Valerio Fuenzalida. Santiago (Chile)</i>	
• Hacia una nueva conceptualización evolutiva de la comunicación «cultural»	25/34
Communicating Culture: An Evolutionary Explanation	
<i>James Lull y Eduardo Neiva. California y Alabama (EEUU)</i>	
• La televisión: vista, oída y leída por adolescentes peruanos	35/41
Television: Seen, Heard and Read by Peruvian Adolescents	
<i>María Teresa Quiroz Velasco. Lima (Perú)</i>	
• Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar	43/50
New Television Narratives: Entertainment, Telling, Citizenship, Experimental	
<i>Omar Rincón. Bogotá (Colombia)</i>	
• Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano ...	51/59
Structure, Concentration and Changes of the Media System in the Southern Cone of Latin America	
<i>Guillermo Mastrini y Martín Becerra. Buenos Aires (Argentina)</i>	
• Empoderamiento comunicacional: competencias narrativas de los sujetos	61/68
Communicative Empowerment: Narrative Skills of the Subjects	
<i>Alejandra Phillippi y Claudio Avendaño. Santiago (Chile)</i>	
• La intervención de la televisión en el terremoto chileno	69/76
The Intervention of TV in the Chilean Earthquake	
<i>M^a Dolores Souza y Víctor Martínez. Santiago (Chile)</i>	
• Actitudes y valoraciones de los jóvenes ante la TV móvil	77/85
Young People's Attitudes towards and Evaluations of Mobile TV	
<i>A. Méndiz, M. De Aguilera y E. Borges. Málaga (España)</i>	
• La transformación de las televisiones públicas en servicios digitales en la BBC y RTVE	87/94
The Transformation of Public TV Companies into Digital Services at the BBC and RTVE	
<i>Mercedes Medina y Teresa Ojer. Pamplona y Zaragoza (España)</i>	
• Las emociones que suscita la violencia en televisión	95/103
Emotions Elicited by Television Violence	
<i>C. Fernández, J.C. Revilla y R. Domínguez. Madrid (España)</i>	



S U M A R I O • C O N T E N T S

Comunicar, 36, XVIII, 2011

Comunicar, 36, XVIII, 2011

CALEIDOSCOPIO (KALEIDOSCOPE) / Investigaciones (Research)

- Competencias en los procesos de enseñanza-aprendizaje virtual y semipresencial 107/114
Teaching Skills in Virtual and Blended Learning Environment
F. Imbernón, P. Silva y C. Guzmán. Barcelona (España)
- Adolescentes y maternidad en el cine: «Juno», «Precious» y «The Greatest» 115/122
Teenagers and Motherhood in the Cinema: «Juno», «Precious» and «The Greatest»
Flora Marín Murillo. Vizcaya (España)
- Adivinanzas audiovisuales para ejercitar el pensamiento creativo infantil 123/130
Audiovisual Riddles to Stimulate Children's Creative Thinking
Jorge Montalvo Castro. Lima (Perú)
- Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital 131/138
Education for Democratic Citizenship in a Digital Culture
Vicent Gozávez. Valencia (España)
- Software para enseñar emociones al alumnado con trastorno del espectro autista 139/148
Software for Teaching Emotions to Students with Autism Spectrum Disorder
J. Lozano, J. Ballesta y S. Alcaraz. Murcia (España)
- De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del «campo» cultural 149/156
From Cultural Industries to Entertainment and Creative Industries
Raúl Rodríguez Ferrándiz. Alicante (España)
- Estado de la alfabetización audiovisual en la comunidad escolar vasca 157/164
Report about the Media Literacy Situation in the Basque School Community
T. Ramírez de la Piscina, J.I. Basterretxea y E. Jiménez. Vizcaya (España)
- Competencia digital y literacidad: nuevos formatos narrativos en el videojuego
«Dragon Age: Orígenes» 165/171
Digital Competence and Literacy: Developing New Narrative Formats. The «Dragon Age:
Origins» Videogame
A. López, E. Encabo e I. Jerez. Murcia / Albacete (España)
- Las personas con discapacidad intelectual ante las TIC 173/180
People with Intellectual Disability and ICTs
Pedro Gutiérrez y Almudena Martorell. Zaragoza / Madrid (España)
- Aprendiendo de la ficción televisiva. La recepción y los efectos socializadores
de «Amar en tiempos revueltos» 181/190
Learning from Television Fiction. The Reception and Socialization Effects from Watching
«Loving in Troubled Times»
Mar Chicharro. Madrid (España)

BITÁCORA (BINNACLE)

HISTORIAS GRÁFICAS / VISUAL STORIES	192/195
RESEÑAS / REVIEWS	196/222
PRÓXIMOS TÍTULOS (NEXT TITLES)	223
CRITERIOS DE CALIDAD (QUALITY CRITERIA)	227

Política editorial (Aims and scope)

«COMUNICAR» es una revista científica de ámbito iberoamericano que pretende fomentar el intercambio de ideas, la reflexión y la investigación entre dos ámbitos que se consideran prioritarios para el desarrollo de los pueblos: la educación y la comunicación.

Investigadores y profesionales del periodismo y la docencia, en todos sus niveles, tienen en este medio una plataforma para fomentar la comunicación y la educación, como ejes neurálgicos de la democracia, la consolidación de la ciudadanía y el progreso intelectual y cultural. La educación en medios de comunicación es, por tanto, el eje central de «COMUNICAR».

• Serán publicados en «COMUNICAR» artículos inéditos, escritos preferentemente en español, aceptándose también trabajos en inglés. Los trabajos han de ser básicamente informes sobre proyectos de investigación, aunque también se aceptan reflexiones, propuestas o experiencias en comunicación y educación, y en la utilización didáctica, plural e innovadora de los medios de comunicación en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

Normas de publicación (Submission guidelines)

«COMUNICAR» es una revista arbitrada que utiliza el sistema de revisión externa por expertos (peer-review), conforme a las normas de publicación de la APA (American Psychological Association) para su indización en las principales bases de datos internacionales.

Cada número de la revista se edita en doble versión: impresa (ISSN: 1134-3478) y electrónica (e-ISSN: 1988-3293), identificándose cada trabajo con un DOI (Digital Object Identifier System).

TEMÁTICA

Trabajos de investigación en comunicación y educación: comunicación y tecnologías educativas, ética y dimensión formativa de la comunicación, medios y recursos audiovisuales, tecnologías multimedia, cibermedios... (media education, media literacy, en inglés).

APORTACIONES

Los trabajos se presentarán en tipo de letra arial, cuerpo 10, justificados y sin tabuladores. Han de tener formato Word para PC. Las modalidades y extensiones son: investigaciones (entre 3.000/6.000 palabras de texto); informes, estudios y experiencias (entre 2.500/5.000 palabras) y Reseñas (entre 500/550 palabras).

Las aportaciones deben ser enviadas exclusivamente por RECYT (Central de Gestión de Manuscritos: <http://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/index>). Cada trabajo, según normativa, ha de llevar tres archivos: presentación, portada –con los datos personales– y manuscrito –sin firma–. Toda la información, así como el manual para la presentación, se encuentra en www.revistacomunicar.com.

ESTRUCTURA

Los manuscritos tenderán a respetar la siguiente estructura, especialmente en los trabajos de investigación: portada, introducción, métodos, resultados, discusión/conclusiones, notas, apoyos y referencias.

Los informes, estudios y experiencias pueden ser más flexibles en sus epígrafes. Es obligatoria la inclusión de referencias, mientras que notas y apoyos son opcionales. Se valorará la correcta citación conforme a las normas (véase la normativa en la web).

PROCESO EDITORIAL

«COMUNICAR» acusa recepción de los trabajos enviados por los autores/as y da cuenta periódica del proceso de aceptación/rechazo, así como, en caso de aceptación, del proceso de edición. La Redacción pasará a considerar el trabajo para su evaluación por el Comité Editorial, comprobando si se adecua a la temática de la revista y si cumple las normas de publicación. En tal caso se procederá a su revisión externa. Los manuscritos serán revisados de forma anónima (doble ciego) por tres expertos (la relación de los evaluadores nacionales e internacionales se publica anualmente en www.revistacomunicar.com). A la vista de los informes externos, se decidirá la aceptación/rechazo de los artículos para su publicación, así como, si procede, la necesidad de introducir modificaciones.

El plazo de evaluación de trabajos, una vez acusada su recepción, es como máximo de 180 días. Los autores recibirán los informes de evaluación de los revisores, de forma anónima, para que éstos puedan realizar, en su caso, las correcciones o réplicas oportunas. En general, una vez vistos los informes externos, los criterios que justifican la decisión sobre la aceptación/rechazo de los trabajos son: originalidad; actualidad y novedad; relevancia (aplicabilidad de los resultados); significación (avance del conocimiento científico); fiabilidad y validez científica (calidad metodológica); presentación (correcta redacción y estilo); y organización (coherencia lógica y presentación material). El autor recibirá un ejemplar de la publicación, una vez editada, o tantos ejemplares como firmantes autorizados.

RESPONSABILIDADES ÉTICAS

No se acepta material previamente publicado: trabajos inéditos. En la lista de autores firmantes deben figurar única y exclusivamente aquellas personas que hayan contribuido intelectualmente (autoría). En caso de experimentos, los autores deben entregar el consentimiento informado. Se acepta la cesión compartida de derechos de autor. No se aceptan trabajos que no cumplan estrictamente las normas.

Normas de publicación / guidelines for authors (español-english) en: www.revistacomunicar.com.

Grupo editor (Publishing Group)

El Grupo Comunicar (CIF-V21116603) está formado por profesores y periodistas de Andalucía (España), que desde 1988 se dedican a la investigación, la edición de materiales didácticos y la formación de profesores, niños y jóvenes, padres y población en general en el uso crítico y plural de los medios de comunicación para el fomento de una sociedad más democrática, justa e igualitaria y por ende una ciudadanía más activa y responsable en sus interacciones con las diferentes tecnologías de la comunicación y la información. Con un carácter estatutariamente no lucrativo, el Grupo promueve entre sus planes de actuación la investigación y la publicación de textos, murales, campañas... enfocados a la educación en los medios de comunicación. «COMUNICAR», Revista Científica Iberoamericana de Educomunicación, es el buque insignia de este proyecto.

Niños y adolescentes: nuevas generaciones interactivas

Children and young people: the new interactive generations

Dr. J. Ignacio Aguaded-Gómez

Asistimos, sin duda, a una época de profundos y revolucionarios cambios en la sociedad. Estar inmersos en ella no nos permite ser conscientes, en el día a día, de las transformaciones que las tecnologías, en general, y las de comunicación en particular, están generando. Si bien toda la población está expuesta a estas nuevas relaciones e interacciones comunicativas, son los niños y adolescentes los que la viven en su plenitud, porque ellos han nacido y crecido en medio de pantallas con estas tecnologías; son, ante todo, una «generación interactiva» que vive plenamente —convive—, con múltiples dispositivos a su alrededor.

En estas nuevas generaciones, el ordenador ya compite plenamente con el televisor, con un nivel de penetración del 95% entre niños de 6 a 9 años y del 97% en los mayores —16 a 18 años—. Las conexiones a Internet están también en los hogares de niños y adolescentes, alcanzando el 82% en los mayores de 10 años. Algo parecido ocurre con el tercer dispositivo definidor de esta nueva generación —y quizás el más revolucionario por su accesibilidad y ya omnipresencia y universalidad—, el terminal móvil, que alcanza porcentajes del 83% en niños de 10 a 18 años y el 100% a partir de los 17 años.

Como muy bien indican Xavier Bringué y Charo Sábada, en «La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas» (Madrid: Ariel/Fundación Telefónica), texto en el que nos basamos, por acoger un macroestudio, desarrollado por el Foro Generaciones Interactivas, con casi 13.000 casos analizados de prácticamente toda España, con 113 colegios implicados —pueden verse las encuestas en www.generacionesinteractivas.org—.

El estudio pone de manifiesto que nos encontramos ante una generación precoz en el uso de las tecnologías, cada vez más asequibles y universales. Antes de los 10 años, muchos niños y niñas de este país —como casi en cualquier parte de este mundo, mal llamado desarrollado— tienen acceso a todo tipo de pantallas: más de la mitad cuenta ya con teléfono móvil, tres cuartas partes tienen acceso habitual a Internet y prácticamente todos —9 de cada 10— juegan, de forma más o menos periódica, a los videojuegos.

Televisión, Internet, videojuegos y móviles constituyen ya su «hábitat cotidiano», un universo sin par que les abre un uso mucho más allá del convencional de las pantallas «mass-mediáticas» que hasta ahora nos identificaban. Esta generación multipantallas —como señalan Bringué y Sábada— emplean los medios para «comunicar» (mail, sms, chat...), «conocer» (webs, descargas...), «compartir» (redes sociales, fotos, vídeos...), «divertirse» (juegos en red, radio y TV digital) y también «consumir» (compras on-line). Se trata, al mismo tiempo, de una generación autónoma, en cuanto autodidactas. Por primera vez en la historia, los niños no requieren de los mayores para aprender; es más, prefieren descubrir ellos mismos el funcionamiento de los nuevos medios, adquiriendo habilidades que a los mayores se les hacen inasequibles. Se implanta de esta forma el «universo dormitorio», siendo este



Foto: La Generación Interactiva en España. Ed. Ariel

Editorial

Editorial

espacio el privilegiado para acceder en soledad —o a lo sumo, con colegas e iguales— al consumo multipantallas: el 36% tienen ordenador en su cuarto y el 45% tiene televisor propio. Pero ante todo, nos encontramos con la generación del «móvil», dispositivo que ha ganado la partida a todos los demás, convirtiéndose en el «medio de medios» —tal como le ocurrió a la TV en los años setenta—, absorbiendo en sus crecientes pantallas las comunicaciones de voz y datos, pero también los videojuegos en línea, las redes sociales, la navegación por Internet en todas sus expresiones y, por ende, música, agenda, aplicaciones múltiples como los «apps»; sin duda, ya no son móviles convencionales, sino «smartphones» —teléfonos inteligentes— que concentran clientes de correo, organizador personal, TV a la carta, música, podcats infinitos... Todo ello para una «generación multiárea» que ha superado la linealidad del discurso y se siente cómoda con la «cultura mosaico» de la navegación hipervinculada, pero que al tiempo hace múltiples tareas a la vez: se estudia, pero se navega simultáneamente, se escucha música y si se puede se tiene activo el videojuego on-line y por supuesto alguna red social con quien comunicarse con cientos de contactos casi al mismo tiempo.

Esta somera descripción de una nueva generación ni es un canto a esta generación aparentemente hipercomunicada —que lo puede ser, al mismo tiempo, hipocomunicada—, tampoco es una crítica frontal ante el reto que las tecnologías —lo queramos o no— nos ponen en el tapete. Ante los medios, no cabe vivir al margen, solo el aprender a «convivir» con ellos. En consecuencia, frente a actitudes y posturas diluvianas o apocalípticas —por desgracia muy frecuentes en padres y profesores— solo cabe educar a las nuevas generaciones desde posturas positivas e inteligentes que, sin renunciar al uso de estos medios, tome conciencia de sus riesgos y también de sus potencialidades. Es necesario contar con familias y educadores sensibilizados ante esta nueva realidad, y formados inteligentemente para los nuevos medios, no tanto en el marasmo de novedosos términos y nuevos aparatos, como en habilidades sencillas que les hagan acompañar a niños y adolescentes en esta nueva aventura de interacciones comunicativas, que surgen desde sus propias habitaciones e invaden todos los rincones de su existencia. Ni demonizar ni sacralizar... nada de actitudes dicotómicas, poco prácticas y nada constructivas. Móviles, videojuegos, TV e Internet... son parte consustancial de sus vidas y de sus iguales. Por ende, se trata de educarles en el uso crítico de estos medios, acompañándolos, haciéndoles conscientes de sus riesgos, descubriendo sus potencialidades creativas, haciéndoles apropiarse de sus lenguajes y discursos, porque, solo en la medida que así lo hagan, podrán vivir su generación interactiva como sujetos activos, conscientes de su realidad. En este empeño, colabora también, como el Foro Generaciones



Foto: La Generación Interactiva en España. Ed. Ariel

Interactivas, esta revista y el Grupo que le da soporte, «Comunicar», con el convencimiento de que la apuesta de hoy en la educación ante las pantallas de las nuevas generaciones será clave en la formación de los nuevos ciudadanos y ciudadanas de un mundo cada vez más comunicado. La interrogante crítica es saber si, la escuela como institución y la familia como entorno, están caminando en el mismo sentido. Si la respuesta no fuera positiva, las alarmas deberían comenzar a sonar...